

By

Vol.4, No.15, Maret 2010

ISSN : 1978 - 3531

# IDEA

Jurnal Ilmiah

---



IDEA

Vol.4

No.15

Halaman  
1-86

Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik UMB  
Maret 2010

ISSN  
1978 - 3531

**Struktur Jurnal**

**J u r n a l I l m i a h**

**I D E A**

Ketua Penyunting	: Drs. Supratman, M. Si
Wakil Ketua	: Drs. Sazili, M. Pd
Penyunting Ahli	: DR. Khairil, M.Pd DR. Susiyanto, M.Si DR. Budi Kisworo, M.A Salahuddin Yahya, M.Si Drs. M. DJufri, M.Si
Penyunting Pelaksana	: Lesti Heriyanti, S.Sos Desi Yunita, S.Sos Amrullah, S.Ag. M.Si Dra. Suharmi, M.Pd
Distribusi dan Pemasaran	: Ahmad Sumarlan, S.E, M.Si. Ak Eceh Trisna Ayuh, S.Sos Sri Indarti, MA
Kesekretariatan	: Drs. Sukarius Titi Darmi, S.Pd
Periode Terbit	: 1x dalam tiga bulan
Terbit Pertama	: September 2006

**Jurnal Ilmiah IDEA**, adalah jurnal ilmiah ilmu-ilmu sosial; seperti sosiologi, antropologi, administrasi, komunikasi, politik dan lainnya. Untuk menunjang eksistensi Jurnal Ilmiah IDEA redaksi mengundang para tenaga edukatif untuk menyumbangkan artikel, baik artikel hasil penelitian ataupun artikel ilmiah yang sederajat dengan hasil penelitian di bidang ilmu-ilmu sosial. Artikel ilmiah terdiri atas: (1) judul, nama peneliti, abstrak, kata kunci; (2) subatansi; (3) persantunan, daftar pustaka dan lampiran (jika ada). Substansi mencakup: (a) pendahuluan (15-20 %), yakni latar belakang, rumusan masalah, tinjauan pustaka dan tujuan; (b) metode penelitian (5-10 %), (c) hasil dan pembahasan (60-70 %), meliputi analisis, sintesis, interpretasi, (d) simpulan (5 %). Redaksi dapat menyingkat dan memperbaiki tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah maksud dan isinya. Artikel diketik 1,5 spasi, font 12 (roman), pada kertas HVS kuarto. Artikel tersebut dikirim keredaksi disertai CD dengan type file Microsoft word. Dilarang mengutip, menterjemahkan atau memperbanyak kecuali dengan ijin tertulis dari redaksi. Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Isi diluar tanggung jawab penyunting.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
Jl. Bali, Bengkulu Telp 0736-22765, Fax 0736-26161 e-mail: lestihaye@gmail.com  
Bank: BSM Capem UMB a.n Jurnal IDEA No. Rek. 0001-876501.9



**Dari Redaksi**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, akhirnya penerbitan IDEA edisi 15 ini dapat terlaksana juga. Di dalam IDEA edisi kali ini, terdapat beragam tulisan yang membahas permasalahan kehidupan masyarakat. Selain itu demi menambah khasanah keragaman pengetahuan yang akan kita dapatkan, di dalam edisi kali ini juga terdapat tulisan-tulisan dari bidang psikologi dan komunikasi yang tetap berkaitan dengan permasalahan sosial sehingga akan tetap cocok jika kita telaah juga.

Akhirnya, redaksi berharap semoga IDEA kali ini dapat lebih bermanfaat bagi kita semua dan mampu memenuhi kebutuhan pengetahuan kita yang beragam

Wassalamu'alaikum Wr.Wb....

Hormat Kami,

**Redaksi**

**Daftar Isi**

	Halaman
Struktur Jurnal .....	ii
Dari Redaksi .....	iii
Daftar Isi .....	iv
 <b>Harmiati</b>	
Otonomi Daerah dan Permasalahan Ketahanan Pangan .....	1-11
 <b>Henny Aprianty</b>	
Dimensi Sosial Reklamasi di Wilayah Pesisir Bedjar dari Kasus-kasus Kerusakan Lingkungan.....	12-17
 <b>Soehito Effendi</b>	
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerapan Peraturan Desa di Desa-desaKecamatan Kelam Tengah Kabupaten Kaur di Provinsi Bengkulu .....	18-27
 <b>Edi Darmawi</b>	
Pengembangan Kepariwisata Berbasis Masyarakat di Kota Bengkulu.....	28-32
 <b>Juniarti Boermansyah</b>	
Desentralisasi dan Peluang Keterlibatan Perempuan dalam Proses Politik di Daerah .....	33-44
 <b>Gushevinalti</b>	
Telaah Kritis Perfektif Jean Baudrillard Pada Perilaku Hedonisme Remaja.....	45-59
 <b>Adisel</b>	
Alternatif Peningkatan Mutu Pendidikan dengan Strategi Manajemen Kepemimpinan Sekolah.....	60-70
 <b>Mona Ardina</b>	
Kebutuhan Berafiliasi Pada Anak yang Mengalami Gangguan Stres Pasca Trauma .....	71-81
 <b>Eceh Trisna Ayuh</b>	
Hubungan Strategi Komunikasi dengan Interaksi Bermasyarakat.....	82-86



# TELAAH KRITIS PERSPEKTIF JEAN BAUDRILLARD PADA PERILAKU HEDONISME REMAJA

Oleh : Gushevinalti

---

Dosen FISIPOL

Universitas Bengkulu

Kandang Limun, Kota Bengkulu

## Abstrak

Hedonisme terjadi karena adanya perubahan perilaku pada masyarakat yang hanya menghendaki kesenangan. Perilaku tersebut lama kelamaan mengakar dalam kehidupan masyarakat termasuk para remaja yang pada akhirnya menjadi seperti sebuah budaya bagi mereka. Disamping itu tingkat pengetahuan dan pendidikan juga sangat berpengaruh pada pembentukan sikap mental para remaja. Banyak diantara para remaja yang melarikan diri dari masalah dengan berhura-hura. Kebiasaan seperti inilah yang kemudian menjadi kebudayaan di kalangan remaja. Perilaku hedonisme ini digambarkan seorang filsuf yaitu Jean Baudrillard dalam teori simulasi dan hiperrealitas. Media massa memainkan peran besar dalam menciptakan simulasi ini. Dampak yang dihasilkan dari hiperrealitas adalah adanya kepercayaan remaja terhadap kenyataan yang sebenarnya bukan kenyataan. Pembodohan atas realitas ini dapat menghasilkan pola budaya yang mudah meniru (imitasi) apa yang dilihatnya sebagai sebuah kenyataan di media televisi direalisasikan dalam kehidupan keseharian.

## ABSTRACT

*Hedonism is due to behavioral changes in society that only wants the fun. The long run behavior rooted in people's lives, including the teenagers who eventually became such a culture for them. Besides, the level of knowledge and education are also very influential in the formation of mental attitudes of teenagers. Many of the teenagers who run away from problems with having fun. Habits like these that became culture among teenagers. This hedonism behavior that is described as a philosopher Jean Baudrillard's simulation theory and hiperality. The mass media play a large role in creating this simulation. Impacts resulting from hiperreality is the belief of the fact that*

*teenagers are not really true. Twit of this reality can produce a cultural pattern that is easy to imitate (imitation) what he sees as a reality in the medium of television is realized in daily life.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar belakang**

Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja.

Dalam pemenuhan kebutuhan, pada usia remaja sangat rentan dengan pengaruh konformitas atau *peers group*nya. Asumsinya, masa remaja adalah masa pencarian jati diri. Sehingga perilaku yang ditampilkan cenderung mengarah kepada hedonisme. Manusiawi memang tatkala manusia hidup untuk mencari kesenangan, karena sifat dasar manusia adalah ingin selalu bermain (*homo ludens*-makhluk bermain) dan bermain adalah hal hakiki yang senantiasa dilakukan untuk memperoleh kesenangan. Akan tetapi bukan berarti kita bisa dengan bebas dan brutal mendapatkan kesenangan, hingga menghalalkan berbagai cara demi memperoleh kesenangan. Sikap menghalalkan segala cara untuk memperoleh kesenangan telah banyak menghinggapai pola hidup para remaja saat ini. Disinyalir Hedonisme telah erat merekat dalam hidup remaja. Kelekatan itu berupa seringnya remaja terjebak dalam pola hidup Hedonis. Pola hidup seperti ini mudah kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Dimana orientasi hidup selalu diarahkan pada kenikmatan, kesenangan atau menghindari perasaan-perasaan tidak enak.

Seperti yang diungkapkan oleh dalam sebuah situs bahwa ditengah berita siswa-siswi berprestasi dalam ajang penelitian, olimpiade sains, seni dan olahraga, anak muda Indonesia saat ini terancam dalam masa chaos. Jutaan remaja kita menjadi korban perusahaan nikotin-rokok. Lebih dari 2 juta remaja Indonesia ketagihan Narkoba (BNN 2004) dan lebih 8000 remaja terdiagnosis pengidap AIDS (Depkes 2008). Disamping itu, moral anak-anak dalam hubungan seksual telah memasuki tahap yang mengawatirkan. Lebih dari 60% remaja SMP dan SMA Indonesia, sudah tidak perawan lagi. Perilaku hidup bebas telah meruntuhkan sendi-sendi kehidupan masyarakat kita. (di unduh dari <http://ipha.student.umm.ac.id/category/gaya-hidup-remaja-masa-kini>)



Fenomena yang sama dapat disaksikan di Kota Bengkulu. Pola hidup remaja saat ini cenderung berperilaku hedon. Sekarang sudah banyak remaja yang terlibat *free sex*, bergabung dengan geng motor, menjadi penikmat teknologi terbaru seperti handphone, belum lagi bergaya seperti layaknya artis remaja di televisi. Tidak ada lagi batasan nilai atau norma yang dianut bahkan sudah dilanggar demi kesenangan belaka. Terbukti ketika di pusat perbelanjaan (Mall), gaya fashion remaja umumnya terkesan *seksi*. Tidak ada kecanggungan lagi seorang remaja menggunakan hotpans (celana pendek) dengan atasan yang ketat. Ternyata luar biasa infiltrasi budaya liberal sehingga berhasil mencengkram norma-norma kesusilaan manusia. Tidak salah lagi ini suatu propaganda yang sukses mengakar dalam jiwa-jiwa pemuda hedonisme. Namun ironisnya, mereka para pemuda kesenangan dunia semata, tak menyadari bahwa hal yang dilakukannya adalah perilaku hedon. Contoh dalam hal fashion. Sebuah gaya busana baru dikatakan "ngetrend" jika selebriti atau kalangan yang diekspos media memakai gaya busana tersebut. Ternyata selama ini tidak ada yang berhak menyandang gelar trendsetter karena remaja hanya mencontoh gaya busana yang terus menerus muncul di media, kemudian saling mengikuti satu sama lain. Tren tersebut bersemi untuk sementara, sampai media mengekspos gaya busana yang baru. Media lah yang menjadi komandan *what's in and what's out*.

Ketika Hedonisme sudah menjadi pegangan hidup para muda mudi banyak nilai-nilai luhur kemanusiaan para remaja luntur, bahkan hilang. Kepekaan sosial mereka terancam tergusur manakala mereka selalu mempertimbangkan untung rugi dalam bersosialisasi. Masyarakat terlihat seperti mumi hidup yang tak berguna bagi mereka. Dan mereka seolah menjadi penjaga kerajaan kenikmatan yang tak seorangpun boleh mengendus apalagi mencicipinya.

Budaya Liberal telah mulai berkembang di kalangan remaja, sikap hedonisme pun mengakar dalam jiwa para remaja. Budaya hedonisme muncul dari proses pengaruh sosial yang diturunkan dari generasi ke generasi sebagai warisan sosial yang ditiru sebagai hasil dari proses pengaruh sosial. Warisan sosial tersebut terus berkembang mengikuti perkembangan sosial.

Pemujaan terhadap hedonisme oleh remaja dapat dianalisis melalui perspektif seorang filsuf Jean Baudrillard yang sangat dikenal dengan teori sosial Post-Modern yaitu Teori Simulasi. Analisis tentang perilaku hedonisme remaja termasuk ke dalam aspek kajian Baudrillard yang menyatakan remaja yang digambarkan di atas adalah kenyataan dalam hiperrealitas (*hyperreality*).



## Tujuan Penulisan

Tujuan tulisan ini adalah:

1. Untuk menjelaskan konsep hedonisme.
2. Untuk mendeskripsikan perilaku hedonisme di kalangan remaja.
3. Untuk menelaah secara teoritik fenomena hedonisme remaja dalam bingkai perspektif *Jean Baudrillard*.

## TINJAUAN TEORITIS

### 1. Konsep Hedonisme

Hedonisme adalah paham sebuah aliran filsafat dari Yunani. Tujuan paham aliran ini, untuk menghindari kesengsaraan dan menikmati kebahagiaan sebanyak mungkin dalam kehidupan di dunia. Kala itu, hedonisme masih mempunyai arti positif. Dalam perkembangannya, penganut paham ini mencari kebahagiaan berefek panjang tanpa disertai penderitaan. Mereka menjalani berbagai praktik asketis, seperti puasa, hidup miskin, bahkan menjadi pertapa agar mendapat kebahagiaan sejati.

Kadangkalan makna mulai terasa. Pemahaman negatif melekat dan pemahaman positif menghilang dalam hedonisme. Karena pemahaman hedonis yang lebih mengedepankan kebahagiaan diganti dengan mengutamakan kenikmatan. Pengertian kenikmatan berbeda dari kebahagiaan. Kenikmatan cenderung lebih bersifat duniawi daripada rohani. Kenikmatan hanya mengejar hal-hal yang bersifat sementara. Masa depan tidak lagi terpikirkan. Saat paling utama dan berarti adalah saat ini. Bukan masa depan atau masa lalu. Hidup adalah suatu kesempatan yang datangnya hanya sekali. Karena itu, isilah dengan kenikmatan tanpa memikirkan efek jangka panjang yang akan diakibatkan. Bila terlampau memikirkan baik buruknya hidup, akan sia-sia karena setiap kesempatan yang ada akan terlewatkan. Demikian pemikiran hedonis negatif yang berkembang saat ini. Pemikiran itu agaknyanya sangat cocok dengan gaya hidup masyarakat modern.

Individualitas dan nafsu untuk meraih kenikmatan sangat kental mewarnai kehidupan manusia. Berikut ini beberapa pengertian hedonisme yang penulis kutip dari Sahaka<sup>1</sup>:

Hedonisme menurut Pospoprodijo kesenangan atau (kenikmatan) adalah tujuan akhir hidup dan yang baik yang tertinggi. Namun, kaum hedonis memiliki kata kesenangan menjadi kebahagiaan. Kemudian Jeremy Bentham mengatakan bahwasanya kesenangan dan kesedihan itu adalah satu-satunya motif yang memerintah manusia, dan beliau mengatakan juga bahwa

kesenangan dan kesedihan seseorang adalah tergantung kepada kebahagiaan dan kemakmuran pada umumnya dari seluruh masyarakat

Adapun hedonisme menurut Burhanuddin (1997:81) adalah sesuatu itu dianggap baik, sesuai dengan kesenangan yang didatangkannya. Disini jelas bahwa sesuatu yang hanya mendatangkan kesusahan, penderitaan dan tidak menyenangkan, dengan sendirinya dinilai tidak baik. Orang-orang yang mengatakan ini, dengan sendirinya, menganggap atau menjadikan kesenangan itu sebagai tujuan hidupnya.

Menurut John Stuart Mill dalam bukunya, *Utilitarianism* menawarkan argumen yang sedemikian menyesatkan sehingga sulit dipahami mengapa ia mengira argumen tersebut salah. Ia berkata: Kesenangan adalah satu-satunya hal yang patut dihasrati (desired); karenanya kesenangan adalah satu-satunya hal yang paling terhasrati (desirable). Ia berargumen bahwa satu-satunya benda yang dapat terlihat (*visible*) adalah benda yang dilihat, satu-satunya benda yang dapat terdengar adalah benda yang didengar. Ia tidak memperhatikan bahwa suatu benda dapat dilihat, jika benda itu patut terhasrati dan benda itu seharusnya dihasrati. Jadi disini jelas bahwa patut terhasrati merupakan syarat dari dihasrati.

Manusia dalam kenyataannya mencari kenikmatan (hedonisme psikologis) dengan prinsip yang mengatakan bahwa manusia seharusnya mencari kenikmatan (hedonisme etis). Disini jelas bahwa hedonisme ialah perbuatan yang diantara segenap perbuatan yang dapat dilakukan oleh seseorang akan membawa orang tersebut merasakan kebahagiaan yang sebesar-besarnya.

### **Karakteristik Hedonisme**

Karakteristik hedonisme adalah kebendaan dengan ukuran fisik harta, atau apa saja yang tampak, yang dapat dinilai dengan uang. Jadi disini orang yang sudah senang karena harta bendanya yang banyak, sudah sama artinya dengan orang yang bahagia atau dengan kata lain : Bahagia = Kesenangan.

Disini hedonisme dalam pelaksanaannya mempunyai karakteristik:

#### **1. Hedonisme Egoistis**

Yaitu hedonisme yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan semaksimal mungkin. Kesenangan yang dimaksud ialah dapat dinikmati dengan waktu yang lamadan mendalam.

#### **2. Hedonisme Universal**

Yaitu suatu aliran hedonisme yang mirip dengan utilitarianisme = kesenangan maksimal bagi semua, bagi banyak orang.

Sebenarnya tidak bisa disangkal lagi bahwa hedonisme banyak jenisnya, secara garis besarnya kesenangan dapat dibagi atas dua golongan:



### **1. Kesenangan Fisik**

Yang pokok disini ialah kesenangan yang dapat dirasakan dinikmati oleh batang tubuh/raga. Sumber dan jenisnya dari makan minum, yang menerima kesenangan itu dari tenggorokkan sampai keperut. Hasil kesenangan itu biasa dinilai dengan sebutan nikmat, enak, sedap, nyaman, *delicious*, dan sebagainya.

Bila sumbernya hubungan badani (*coitus*), maka yang menerima kesenangan itu adalah alat kelamin, seluruh badan jasmani, dimana hasil kesenangan itu dinilai dengan sebutan: nikmat, enak, sedap dan sebagainya. Bila sumbernya sebagai hasil kerja, misalnya pekerjaan tangan, atau sesuatu yang menggunakan tenaga seperti pekerjaan di pelabuhan, di kebun, di pertambangan, dan sebagainya, maka kesenangan itu dinilai dengan sebutan: memuaskan, beres, selesai, upahnya pantas dan sebagainya.

### **2. Kesenangan Psychis/Rohani**

Bila sumbernya itu sebagai hasil seni, apakah bentuknya itu berupa puisi atau prosa, lukisan atau patung, atau serangkaian lagu-lagu merdu/musik, maka hasil kesenangan itu dinilai dengan sebutan: menarik, hebat, indah, memuaskan mengasikkan, dan sebagainya. Penilaian ini diberikan oleh rasa, emosi, dan getaran jiwa.

Bila sumbernya itu berasal dari hasil pikir, yang merasakan kesenangan itu adalah otak, pikir, dimana hasil kesenangan itu dinilai dengan sebutan: ilmiah, merangsang otak, hebat, pemikiran yang mendalam, intellegensi yang tinggi, mengagumkan dan sebagainya. Bila sumbernya adalah kepercayaan yang menikmati kesenangan itu adalah jiwa, perasaan, rohani, hati, dimana kesenangan itu dinilai dengan sebutan: menentramkan jiwa, meresapkan rasa iman, rasa takwa, syahdu, suci, yakin dan sebagainya.

Karakteristik menurut Pospoprodijo (1999:71) Kesenangan yang dimaksud adalah kesenangan untuk hidup saja, yakni kesenangan yang kita dapat dengan perantara kemampuan-kemampuan kita dari subyek-subyek yang mengelilingi kita didunia ini.

## **2. Hedonisme di Kalangan Remaja dalam Ilmu Sosial**

Dalam identifikasi mentalitas budaya yang dikemukakan Sorokin, sikap hedonisme yang telah menjadi budaya hedon di kalangan remaja dimasukkan dalam kebudayaan indrawi. Yaitu kebudayaan indrawi pasif dan kebudayaan indrawi sinis.

1. Kebudayaan indrawi pasif yang meliputi hasrat menikmati kesenangan indrawi setinggi-tingginya ("eksplorasi parasit", dengan motto makan



minum dan kawinlah sebab besok kita akan mati). Pola pikir seperti itulah yang mengajak para remaja hanya bersenang-senang selagi ada kesempatan, Seakan-akan hidup hanya "mampir" karena itulah mereka hanya mengejar kesenangan, padahal masih banyak hal yang bernilai dalam hidup ini selain makan minum dan bersenang-senang saja.

2. Kebudayaan indrawi sinis, yang mengejar tujuan jasmaniah dengan mencari membenaran rasionalisasi ideasional (yang sebenarnya tidak diterimanya). Banyak hal yang dilakukan para remaja untuk mencapai apa yang diinginkannya, misal : seorang remaja putri ingin mempunyai telepon genggam model terbaru tapi karena dia tidak mempunyai uang maka dia rela menjual dirinya agar memperoleh uang. Remaja tersebut membenarkan tindakannya karena dengan cara itu dia memperoleh apa yang diinginkannya.

### 3. Teori Sosial Post-Modern: Jean Baudrillard

Baudrillard mengalihkan perhatiannya ke upaya menganalisis masyarakat masa kini yang menurutnya tak lagi didominasi oleh produksi, tetapi lebih didominasi oleh "media, model sibernetika dan sistem pengemudian, komputer, pemrosesan informasi, industri hiburan dan pengetahuan, dan sebagainya". Yang keluar dari sistem ini benar-benar ledakan tanda-tanda. Dapat dikatakan masyarakat telah beralih dari masyarakat yang produksi. Tujuan telah bergeser dari eksploitasi dan keuntungan ke tujuan yang ditentukan oleh tanda dan sistem yang menghasilkannya.

Selanjutnya, meski ada saatnya ketika tanda diartikan sebagai sesuatu yang nyata, kini tanda itu tak lebih menunjuk kepada tanda itu sendiri dan kepada tanda lain; tanda telah menjadi penunjuk dirinya sendiri. Kita tak lagi dapat mengatakan apa yang nyata itu; perbedaan antara tanda dan realitas telah kabur. Lebih umum lagi, kehidupan post-modern adalah kehidupan yang ditandai oleh ledakan dari dalam seperti yang dapat dibedakan dari ledakan karena tekanan dari luar (ledakan sistem produksi, komoditi, teknologi dan sebagainya) yang menandai masyarakat modern. Dengan demikian, sebagaimana kehidupan modern mengalami proses diferensiasi, kehidupan post-modern dapat dipandang mengalami proses *dediferensiasi*.

Cara lain Baudrillard<sup>iii</sup> melukiskan kehidupan post-modern adalah bahwa kehidupan post-modern ditandai oleh simulasi; "kita hidup di abad simulasi". Proses simulasi mengarah kepada penciptaan *simulacra* atau "reproduksi objek dan atau peristiwa". Dengan kaburnya perbedaan antara tanda dan realitas, maka semakin sukar mengenali yang tulen dari barang tiruan. Sebagai contoh, Baudrillard berbicara tentang "larutnya TV ke dalam kehidupan dan larutnya kehidupan ke dalam TV". Akhirnya simulasilah yang



menggambarkan sesuatu yang nyata, yang menjadi utama, yang berkuasa. Kita menjadi budak simulasi, “yang membentuk sistem lingkaran yang tidak berujung pangkal”.

Baudrillard melukiskan kehidupan post-modern ini sebagai hiperrealitas. Sebagai contoh, media berhenti menjadi cerminan realitas, tetapi justru menjadi realitas itu sendiri, atau bahkan lebih nyata daripada realitas itu. Surat kabar, tabloid yang memberitakan sesuatu yang sedemikian populernya di TV setiap hari kini menjadi contoh yang baik karena kebohongan dan distorsi yang diujarkan kepada pemirsa melebihi realitas-kebohongan dan distorsi itu adalah hiperrealitas. Akibatnya adalah bahwa apa yang nyata (*real*) disubordinasikan dan akhirnya dilarutkan sama sekali. Kini menjadi mustahil untuk membedakan yang nyata dari sekedar tontonan. Dalam kehidupan nyata, kejadian-kejadian “nyata” semakin mengambil ciri hiperiil.

Dalam semua ini Baudrillard memusatkan perhatian pada kultur, yang dilihatnya mengalami revolusi besar-besaran dan merupakan bencana besar. Revolusi kultural itu menyebabkan massa menjadi semakin pasif ketimbang semakin berontak seperti yang diperkirakan oleh pemikir Marxis. Dengan demikian, massa dilihat sebagai sebuah “lubang hitam” yang menyerap semua makna, informasi, komunikasi, pesan, dan sebagainya, dengan demikian membuat mereka menjadi tidak bermakna. Massa menempuh jalan mereka sendiri, tak mengindahkan upaya yang bertujuan memanipulasi mereka<sup>iv</sup>. Ketidakacuhan, apatis, dan kelembaban adalah istilah yang tepat untuk melukiskan kejenuhan massa terhadap media, simulasi, dan hiperrealitas. Massa tak dilihat sebagai dimanipulasi oleh media, tetapi medialah yang dilihat dipaksa untuk memasok kebutuhan mereka yang meningkat akan objek dan tontonan. Dalam beberapa hal, masyarakat itu sendiri terperangkap ke dalam lubang-hitam, yakni massa.

Selanjutnya dalam *Symbolic Exchange and Death* (1976/1993), Baudrillard melihat masyarakat massa kini sebagai kultur yang mati, dengan kematian menjadi “paradigma seluruh pengucilan sosial dan diskriminasi”. Kegelisahan mengenai kematian dan pengucilanlah yang menyebabkan orang melibatkan diri mereka bahkan lebih dalam lagi ke dalam kultur konsumen.

Dengan berpegang pada pertukaran simbolik sebagai alternatif yang lebih disukai, masyarakat masa kini mulai kelihatan terlalu primitif bagi Baudrillard dan ia menganggap godaan (*seduction*) sebagai alternatif yang lebih disukai, mungkin karena lebih sesuai dengan perasaannya yang timbul mengenai post modernisme.

Hedonisme pada remaja bisa terjadi di mana saja, baik di kota maupun di desa. Karena Hedonisme dapat menjangkiti remaja berdasarkan pada sikap yang dimunculkan remaja tersebut. Misal ada remaja yang malas belajar tapi



dia ingin memperoleh nilai yang baik dengan mencontek. Itu merupakan salah satu contoh kecil dari sikap Hedonisme. Kalau dilihat secara umum, memang hedonisme pada remaja banyak ditemukan di perkotaan karena di kotalah tersedia berbagai fasilitas yang bisa memenuhi apa yang para remaja inginkan. Dalam fenomena sosial yang diuraikan di atas, hedonisme saat ini tidak hanya terjadi di perkotaan tapi di pedesaan juga menjadi perilaku yang tidak asing lagi. Hal ini disebabkan arus transportasi yang lancar dan akses ke media massa semakin meningkat.

### **Kelanggengan Masyarakat Konsumtif dari Baudrillard**

Gambaran masyarakat kontemporer seperti yang diintrodusir oleh Denzin dalam bentuk konkretnya adalah sebuah gambaran masyarakat konsumtif oleh Baudrillard. Bukunya *La Societe de consommation* (1970) yang diterjemahkan dalam bahasa Inggris menjadi *Consumer Society* (1998) mengambil banyak ide dari John Kenneth Galbraith bercerita tentang struktur dan dinamika masyarakat konsumtif. Disitu Baudrillard menegaskan bahwa pertumbuhan masyarakat, pada hakekatnya adalah lawan dari masyarakat berkecukupan. Pertentangan yang ada di dalamnya mengarah kepada pemiskinan psikologis dan kefakiran sistematis karena “kebutuhan” akan selalu melampaui produksi barang. Karena kekayaan dan kemiskinan melekat di dalam sistem, usaha seperti yang diajukan oleh Galbraith untuk memecahkan masalah kemiskinan akan berakhir dengan kegagalan.

Meskipun dalam teori-teori awalnya ketika menggambarkan masyarakat konsumtif, Baudrillard banyak meminjam teori Marxian, namun semakin lama justru semakin kelihatan bahwa dia hanya menunggu waktu yang tepat untuk “bercerai” dengan pemikiran Marxis, terutama ketika dia menyebut frasa kunci “tidak mungkin ada revolusi sejati”. Inilah penanda talak tiga dia dengan status Marxian. Imbasnya, demikian komentar Ritzer<sup>v</sup>, pandangan optimistiknya tentang masa depan bertentangan dengan pandangannya tentang dunia yang pada dasarnya pesimistis. Kekuatan masyarakat konsumtif sebagai sebuah fakta sosial yang bernuansa strukturalisme didapat Baudrillard dengan mengacu penuh pada ide Durkheimian. Dia mengeritik namun sekaligus mengakui betapa kuatnya dominasi masyarakat konsumtif yang telah terlembagakan. Kondisi mana yang tidak mungkin dilawan. Baudrillard sama sekali tidak bernaflu untuk menciptakan sebuah tatanan masyarakat gaya baru yang melawan episode kapitalis saat ini. Dia hanya bermaksud mengkritisi dan bergaya nakal dengan mencibir berbagai “kebodohan” terstruktur manusia yang telah larut dalam kemanjaan dan kelenaan kapitalisme. Sesuatu yang “menyadarkan” ketimbang sebuah “pemberontakan” utopis dalam marxisme. Pendekatannya nampak



sangat personal. Semua bermula dalam diri manusia secara persona. Apabila kesadaran akan kebodohan telah hadir dalam pikiran setiap manusia, maka bisa dipastikan daya imun terhadap kapitalisme akan tercipta dengan sendirinya. Nafsu yang telah diselimuti hasrat sama sekali tidak mampu kita lawan, sejauh kita tetap larut dalam ketidaksadaran. Nafsu menjadi entri poin hidupnya energi kapitalisme. Wujud riilnya adalah konsumsi.

Bagi Baudrillard, konsumsi bukan sekadar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumsi objek. Konsumsi berada dalam satu tatanan pemaknaan pada satu "panoply" dimana tanda-tanda dan pemaknaannya menyerupai prinsip marxis dalam memaknai produksi. Kontrol sarana produksi telah bergeser menjadi kontrol atas kode. Revolusi ini yang menurut Baudrillard menjadi sebuah revolusi sosial yang maha dahsyat. Seajar dengan revolusi industri di Inggris. Dalam perspektif inilah, menurut Baudrillard, media massa memainkan peran sentral sebagai jembatan keterciptaan kesamaan makna dan sudut pandang atas segala sesuatu.

Ketika tidak ada lagi kebenaran atau realitas, maka tanda tidak lagi melambangkan segala sesuatu. Jadi, kita dapat mengatakan pada hidup seseorang "simulakrum sangat besar" yang nyata. Bahkan simulakrum tidak pernah mengganti apa itu yang nyata, tetapi mengganti dengan sendirinya, dalam suatu sirkuit yang terputus-putus tanpa rujukan atau lingkaran. Akibatnya, simulasi membunuh makna secara absolut. Simpulan Baudrillard sangat menyindir Amerika (terutama Los Angeles) bahwa apapun yang mengelilingi Amerika tidak ada lagi yang nyata, namun sudah merupakan suatu tatanan hiperrealitas dan tatanan simulasi. Amerika adalah sebuah negara yang penduduknya telah terstimulasi oleh media massa. Kenyataan riil sehari-hari mereka telah tergantikan dengan simbolisasi dan permainan tanda di televisi dan media massa lainnya.

### **Komunikasi Media di Mata Baudrillard**

Komunikasi, menurut Baudrillard khususnya melalui media massa memiliki satu bentuk "teknis, aseptis" dan "tidak lagi dicapai melalui satu media simbolis". Dia miskin dengan proses didaktis atau proses simbolis yang sebenarnya. Dalam masyarakat modern, orang menampilkan semacam "rasa ingin tahu yang absurd" tentang berbagai hal. Mereka "bermain-main dengan kombinasi". Yang hilang adalah "permainan penuh gairah", dengan gairah yang mengimplikasikan adanya keterlibatan total dan dalamnya nilai simbolis. Konsumsi modern melibatkan manipulasi tanda secara eksternal dan dia miskin akan nilai-nilai simbolis yang terlibat dalam proses penciptaan. Hal ini menyatu dengan pendapat utama Baudrillard tentang beda signifikan antara



masyarakat primitif dengan masyarakat modern, yakni hilangnya hubungan antar manusia yang spontan, timbal balik dan simbolis dalam masyarakat modern. Hal-hal itu menjadi apa yang dulunya dianggap fundamen bagi masyarakat primitif.

Bagi Baudrillard sebuah ciri memabukkan masyarakat modern adalah adanya diferensiasi dan logika bahwa semuanya tidak mungkin pernah cukup. Mungkin Baudrillard sepakat sepenuhnya dengan Albert Camus tentang absurditas kehidupan masyarakat modern. Sebuah gambaran masyarakat yang sakit dan selalu mengejar hasrat tak terputus. Liar, mubazir, dan tak pernah mencapai titik puas. Pada titik itulah komunikasi menjadi sebuah sarana penting (melalui media) untuk memediasi terciptanya nilai-nilai absurd tersebut. Baudrillard mengambil sikap tegas untuk skeptis dan pesimis.

Paparan tentang komunikasi dari Baudrillard muncul seiring dengan bongkarannya atas satu konsep sentral : simulasi. Konsep ini masuk akal saat mana orang memandangnya dari sudut pandang Baudrillard tentang pertukaran simbolis dan pengistimewaan masyarakat primitif. Mereka melihat alam sebagai sesuatu yang asli dan spesifik yang bertentangan dengan kebudayaan. Namun bagi masyarakat modern, alam cenderung direduksi menjadi sesuatu yang dirapikan, diatur, diawasi dan disesuaikan dengan kebutuhan manusia. Alam dalam bentuk ini adalah simulasi hal-hal yang ada pada masyarakat primitif. Dia telah menjadi satu kepalsuan, simulasi dapat didefinisikan sebagai "objek palsu" dan subjek seperti inilah yang mendefinisikan masyarakat konsumsi kita. Mereka adalah objek yang menawarkan gemilangnya tanda yang nyata, namun pada kenyataannya tidak. Media memainkan peran besar dalam menciptakan simulasi ini.

Pola interaksi dalam masyarakat beraneka ragam. Di kalangan remaja kaum hedonis sering dijumpai. Interaksi antar remaja terkotak-kotak pada status sosial yang biasa dilihat dari penampilan fisik. Semakin "wah" penampilan mereka, maka semakin menunjukkan tingkat status sosial yang lebih tinggi. Karena itulah agar dipandang memiliki status sosial yang tinggi mereka berlomba-lomba menjadi yang paling "wah".

Efek media massa bagi remaja cenderung melahirkan perilaku hedonistik. Generasi yang paling tidak aman terhadap sebutan hedonis adalah remaja. Paham ini mulai merasuki kehidupan remaja. Remaja sangat antusias terhadap adanya hal yang baru. Gaya hidup hedonis sangat menarik bagi mereka. Daya pikatnya sangat luar biasa, sehingga dalam waktu singkat munculah fenomena baru akibat paham ini. Fenomena yang muncul, ada kecenderungan untuk lebih memilih hidup enak, mewah, dan serbakecukupan tanpa harus bekerja keras. Titel "remaja yang gaul dan funky " baru melekat bila mampu memenuhi standar tren saat ini. Yaitu minimal harus mempunyai



*handphone*, lalu baju serta dandanan yang selalu mengikuti mode. Beruntung bagi mereka yang termasuk dalam golongan berduit, sehingga dapat memenuhi semua tuntutan kriteria tersebut. Akan tetapi bagi yang tidak mampu dan ingin cepat seperti itu, pasti jalan pintaslah yang akan diambil.

Media massa telah mendorong dan menggeneralisasikan proses simulasi. Ketimbang realitas, orang diperlakukan sebagai simulasi yang melibatkan rekombinasi konstan dari pelbagai tanda, elemen-elemen kode. Baudrillard menghadapi masalah di sini, dan dipelbagai tempat, dia miskin dengan sudut pandang Archimedian, dia tidak bisa memberi simulasi ini, label palsu. Masyarakat modern dicirikan bukan hanya oleh objek yang disimulasikan, namun juga oleh hubungan yang disimulasikan. Sebagai contoh, pengiklan dipandang meniru cara komunikasi yang akrab dan personal dalam usahanya untuk menghasilkan perasaan dekat, di mana pada kenyataannya, tidak satupun yang eksis. Satu keakraban yang disimulasikan diciptakan antara orang yang mengiklankan dan konsumen potensial, juga antara konsumen potensial dengan produk yang diiklankan. Tidak lain ini adalah satu bagian dari yang dilihat Baudrillard sebagai permainan hubungan antar manusia yang digeneralisasi. Ketimbang resiprositas yang menjadi karakteristik masyarakat primitif dan pertukaran simbolis, dalam masyarakat modern kita memiliki begitu banyak model simulasi hubungan antar manusia yang bersifat resiprokal seperti itu.

## PEMBAHASAN DAN TELAAH TEORI

### Telaah dari Perspektif Baudrillard

Menurut Baudrillard inilah lukisan dari kehidupan postmodernisme yaitu terbentuknya hiperrealitas (realitas semu). Dengan contoh kehidupan remaja di televisi yang digambarkan melalui film, sinetron, kuis ini dapat dikatakan media televisi sebenarnya berhenti menjadi cerminan realitas, tetapi justru menjadi realitas itu sendiri, atau bahkan lebih nyata dari realitas itu sendiri. Televisi tidak lagi menjadi sekedar pembawa berita dan acara diskusi tetapi lebih dari itu menyuguhkan hiburan yang menjadi realitas baru. Akibatnya adalah bahwa apa yang real (nyata) itu disubordinasikan dan akhirnya dilarutkan sama sekali. Dramatisasi yang dilakukan melalui alur yang penuh aksi dramatis, secara umum dikendalikan oleh rumah produksi yang membuatnya bukan lagi oleh pelaku utama yang mempunyai cerita. Akhirnya menjadi mustahil membedakan yang nyata dari yang sekedar tontonan.

Dalam kehidupan nyata remaja menganggap, kejadian-kejadian nyata semakin mengambil ciri hiperiil (*hyperreal*). Tidak ada lagi realitas yang ada hanyalah hiperealitas. Dampak yang dihasilkan dari hiperreality adalah adanya



untung  
penuhi  
ingin

proses  
yang  
kode.  
niskin  
, label  
yang  
bagai  
rsonal  
pada  
isikan  
juga  
in ini  
ngan  
jadi  
rakat  
nusia

isme  
upan  
dapat  
etapi  
is itu  
skusi  
baru.  
dan  
yang  
yang  
rnya

nyata  
ada  
anya

kepercayaan masyarakat terhadap kenyataan yang sebenarnya bukan kenyataan. Pembodohan atas realitas ini dapat menghasilkan pola budaya yang mudah meniru (imitasi) apa yang dilihatnya sebagai sebuah kenyataan di media televisi direalisasikan dalam kehidupan keseharian. Serta terbentuknya pola pikir yang serba instans, membentuk manusia yang segala sesuatunya ingin cepat saji. Meski tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya realitas yang tersajikan dengan citra yang menghibur itu dapat menumbuhkan semangat dalam masyarakat untuk berbuat demi kemanusiaan seperti kepedulian terhadap sesama. Akan tetapi, tetap saja komoditas atas kepentingan keuntungan yang tersaji dari bingkai realitas dalam media mengalahkan nilai, makna yang bermanfaat bagi masyarakat.

Zaman sekarang, kelas dalam masyarakat tentunya tidak menjadi penyebab aksesibilitas kelompok tertentu pada media menjadi menurun. Semakin banyak mengakses media menyebabkan kebutuhan-kebutuhan akan semakin bertambah karena terus "digoda" oleh media massa.

Industri mendominasi banyak aspek kehidupan, industri tersebut menghasilkan banyak sekali produk-produk mulai dari kebutuhan primer, sekunder, sampai tertier. Ditemani oleh kekuatan semiotika dan simulasi membuat distribusi periklanan produk menjadi lebih gencar tambah lagi teknologi informasi yang memungkinkan pihak pengusaha untuk mendapatkan informasi seperti apakah masyarakat yang dihadapi, dan pihak konsumen mendapatkan informasi tentang kebutuhan yang mereka tidak butuhkan tetapi mereka inginkan. Asumsi-asumsi yang terbentuk dalam pemikiran manusia dan keinginan ini membuat manusia tidak bisa lepas dari keadaan hiperrealitas ini.

Semakin pesatnya *trend* kapitalisme dan konglomerasi elite tertentu maka pertumbuhan kuantitatif tempat-tempat hiburan dan pusat-pusat perbelanjaan semakin berkembang bak jamur dimusim hujan. Fenomena tersebut secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi budaya dan pola hidup kaum muda remaja sekarang. Pergeseran budaya mulai menjangkiti kaum muda remaja tanpa kompromi dan eksodus besar-besaran tentang paradigma berpikir kaum muda remaja, dari budaya timur menuju budaya barat. Tak heran, saat ini, penampilan para remaja tak halnya seperti budaya Barat. Lama kelamaan budaya seperti ini akan menggeser budaya tinggi yang berkembang di masyarakat Kota Bengkulu ataupun daerah-daerah yang lain di propinsi Bengkulu.

Pengaruh negatif dari globalisasi adalah euforia budaya pop, perdagangan bebas, marginalisasi kaum lemah, dan timbulnya *gap relation* antara si kaya dan si miskin. Hasil tersebut telah membentuk suatu budaya baru



bagi masyarakat, khususnya kaum muda remaja menjadi manusia yang terjebak dalam arus budaya pop.

“Baudrillard menerima konsekuensi radikal tentang yang dilihatnya sebagai sangat merasuknya kode dalam masa modern akhir. Kode ini jelas terkait dengan komputerisasi dan digitalisasi, juga cukup mendasar dalam fisika, biologi, dan ilmu-ilmu alam lainnya di mana ia memberi kesempatan berlangsungnya reproduksi sempurna dari suatu objek atau situasi; inilah sebabnya kode bisa mem-*bypass* sesuatu yang real dan membuka kesempatan bagi munculnya realitas yang disebut Baudrillard sebagai *hyperreality*.”<sup>vi</sup>

Perubahan perilaku dan gaya hidup terjadi karena adanya gempuran budaya baru yang dianggap lebih modern dan lebih “up to date”, dan menganggap budaya lokal sebagai budaya kuno yang harus ditinggalkan. Budaya disini lebih diidentikkan dengan gaya hidup, cara bergaul dan cara memahami sesuatu dikalangan remaja. Bagaimana remaja digempur dengan tayangan-tayangan yang segmennya remaja ditelvisi (sinetron, film, musik, gaya hidup, mode sampai makanan) yang penuh dengan watak hedonisme, matrealisme dan konsumerisme, belum lagi tayangan-tayangan yang menonjolkan kekerasan.

## KESIMPULAN

Konsep Baudrillard mengenai simulasi adalah tentang penciptaan kenyataan melalui model konseptual atau sesuatu yang berhubungan dengan “mitos” yang tidak dapat dilihat kebenarannya dalam kenyataan. Model ini menjadi faktor penentu pandangan tentang kenyataan. Segala yang dapat menarik minat manusia – seperti seni, rumah, kebutuhan rumah tangga dan lainnya–ditayangkan melalui berbagai media dengan model-model yang ideal, disinilah batas antara simulasi dan kenyataan menjadi tercampur aduk sehingga menciptakan *hyperreality* dimana yang nyata dan yang tidak nyata menjadi tidak jelas.

Kebudayaan industri menyamarkan jarak antara fakta dan informasi, antara informasi dan entertainment, antara entertainment dan ekseseks politik. Masyarakat tidak sadar akan pengaruh simulasi dan tanda(*signs/simulacra*), hal ini membuat mereka kerap kali berani dan ingin-mencoba hal yang baru yang ditawarkan oleh keadaan simulasi–membeli, memilih, bekerja dan macam sebagainya.

Hiperealitas menciptakan satu kondisi yang di dalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian; masa lalu berbaur masa kini; fakta bersimpang siur dengan rekayasa; tanda melebur dengan realitas; dusta bersenyawa dengan kebenaran. Kategori-kategori kebenaran, kepalsuan, keaslian, isu, realitas seakan-akan tidak berlaku lagi di dalam dunia seperti itu.



Keadaan dari hiperrealitas ini membuat remaja modern menjadi berlebihan dalam pola mengkonsumsi sesuatu yang tidak jelas esensinya. Kebanyakan dari remaja mengkonsumsi bukan karena kebutuhan ekonominya melainkan karena pengaruh model-model dari simulasi yang menyebabkan gaya hidup remaja menjadi berbeda. Mereka jadi lebih *concern* dengan gaya hidupnya dan nilai yang mereka junjung tinggi

### Daftar Pustaka

- Angger, Ben. Cultural Studies as Critical Theory. London: The Falmer Press: 1992 hal 24
- Bungin, Burhan. Sosiologi Komunikasi. Teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat. Jakarta: Kencana; 2008
- Ibrahim IS, editor. 2004,. Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia. Yogyakarta: Jalasutra
- Liliweri A. Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat. Bandung: Citra Aditya Bakti: 1991.
- Lechte, John, 50 Filsuf Kontemporer, Yogyakarta: Penerbit Kanisius; 2001
- McQuail, Denis. McQuail Mass Communication Theory, 4th Edition., London: Sage Publication.: 2002
- Mursito. Budaya Televisi Dan Determinisme Simbolik. <http://psi.ut.ac.id>. Diakses 20 Desember 2009 pukul 13.00
- Kayam U. 2004. Budaya Massa Indonesia. Di dalam: Ibrahim IS, editor. Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia. Yogyakarta: Jalasutra
- Ritzer, George. Teori Sosiologi Modern. Edisi keenam. Jakarta: Kencana. 2008
- Strinati D. Popular Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. Yogyakarta: Bentang Pustaka: 2004
- Winarni. 2003. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Malang: UMM Press <http://sahaka.multiply.com> tentang Hedonisme di Kalangan Remaja. Diakses 13 Desember 2009; pukul 10.00
- <http://www.wikipedia.com//Antonio-Gramsci>. Diakses 13 Desember 2009; 12:30

Keadaan dari hiperrealitas ini membuat remaja modern menjadi berlebihan dalam pola mengkonsumsi sesuatu yang tidak jelas esensinya. Kebanyakan dari remaja mengkonsumsi bukan karena kebutuhan ekonominya melainkan karena pengaruh model-model dari simulasi yang menyebabkan gaya hidup remaja menjadi berbeda. Mereka jadi lebih *concern* dengan gaya hidupnya dan nilai yang mereka junjung tinggi

### Daftar Pustaka

- Angger, Ben. Cultural Studies as Critical Theory. London: The Falmer Press: 1992 hal 24
- Bungin, Burhan. Sosiologi Komunikasi. Teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat. Jakarta: Kencana; 2008
- Ibrahim IS, editor. 2004,. Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia. Yogyakarta: Jalasutra
- Liliweri A. Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat. Bandung: Citra Aditya Bakti: 1991.
- Lechte, John, 50 Filsuf Kontemporer, Yogyakarta: Penerbit Kanisius; 2001
- McQuail, Denis. McQuail Mass Communication Theory, 4th Edition., London: Sage Publication.: 2002
- Mursito. Budaya Televisi Dan Determinisme Simbolik. <http://psi.ut.ac.id>. Diakses 20 Desember 2009 pukul 13.00
- Kayam U. 2004. Budaya Massa Indonesia. Di dalam: Ibrahim IS, editor. Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia. Yogyakarta: Jalasutra
- Ritzer, George. Teori Sosiologi Modern. Edisi keenam. Jakarta: Kencana. 2008
- Strinati D. Popular Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. Yogyakarta: Bentang Pustaka: 2004
- Winarni. 2003. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Malang: UMM Press
- <http://sahaka.multiply.com> tentang Hedonisme di Kalangan Remaja. Diakses 13 Desember 2009; pukul 10.00
- <http://www.wikipedia.com//Antonio-Gramsci>. Diakses 13 Desember 2009; 12:30